Modules: Marketing Digital, SEO/SEA & Redaction Web

|ÉVALUATION INTERMÉDIAIRE|

AUDIT & OPTIMISATION D’UN SITE WEB

Repository Name: SAYNA-MARKETING-EVALUATION-M

V -PARTIE 1: Marketing Stratégique & Digital

V.1 - Étude de l’environnement de l’entreprise

1- les facteurs au niveau macro-environnemental :

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| POLITIQUE | ÉCONOMIQUE | SOCIOLOGIQUE | TECHNOLOGIQUE | ENVIRONNEMENTAL | LÉGAL |
| La stabilité gouvernementale, la protection sociale, les politiques fiscales… | Taux de croissance du pays, chômage, inflation… | Démographie, niveau d’éducation, évolution des structures familiales… | Obsolescence, investissement public et prive, transferts de technologie… | Politique écologique, énergies renouvelables, traitement de déchets… | Droit , du travail ,lois sur les monopoles, normes de sécurité |

2- les Forces de Porter :

**-Menace de nouveaux entrants :** La facilité avec des concurrents pourraient pénétrer sur votre marché et menacer la position de votre entreprise.

**-Menace de produits de substitution :** Modèle de Porter vous invite à déterminer la probabilité que vos clients remplacent votre produit ou service par une alternative qui répond au même besoin.

**-Pouvoir de négociation des fournisseurs :** La facilité avec laquelle les fournisseurs pourraient augmenter leurs prix et ainsi affecter vos résultats.

**-Pouvoir de négociation des acheteurs :** les acheteurs ont le pouvoir de faire baisser vos prix.

**-Concurrence intra-sectorielle :** évaluer votre nombre de concurrents actuels ainsi que leur puissance.

3- les facteurs au niveau micro-environnemental :

|  |  |
| --- | --- |
| FORCES | FAIBLESSES |
| **Les clients** | **partenaire** |
| OPPORTUNITÉS | MENACES |
| **Fournisseur** | **intermédiaires** |

V.2 - Étude de la concurrence

1- Les 2 concurrents directs : Un concurrent direct est une entreprise qui propose une offre de produits et de services similaire à celle de votre entreprise.

Un concurrent indirect d’AFFLELOU : constituée des entreprises proposant un produit ou service différent, mais répondant au même besoin que celui auquel votre entreprise cherche à répondre.

2-Entreprise welcome to the jungle, le marché de l’optique est en plein mutation. Il faut dire que les lunettes font partie intégrante de notre quotidien, en offrant aux clients la possibilité d’acheter en offrant aux clients la possibilité d’acheter des lunettes à 10 euro parmi.

3- Une analyse de la communication de chacun des concurrents sur les points :

1. les réseaux sociaux sur Instagram Un taux de 3 % ou plus est excellent. Nombre d'abonnés réseaux sociaux sur instagram totalisait en 2020 1,393 milliard d'utilisateurs actifs mensuels. Les type de contenu publié Sur Instagram, il existe 6 grandes catégories de contenu différentes : les publications sur le fil d'actualité, les reels, les stories, les lives, les guides, et l'Instagram shop. Le Chaque réseau social offre la possibilité de multiplier les relations et d'en développer de nouvelles.
2. Cible
3. SEO d’un site web est qui peut intervenir à différents moments de la moment de la vie d’un site.

4- Celui de ces concurrents, par ailleurs les objectifs que le groupe s’est fixé sont cohérents avec son métier et son positionnement.

V.3 - Étude de la cible

1- Détermination les cible d’AFFLELOU : - cœur cible est les gents portes lunettes

-Cible primaire est les civils

-Cible seconde est les gens qui vive dans les notre pays

V.4 - Marketing Digital

1- les moyens de communication d’AFFLELOU, en triant via Owned, Paid et Earned média sont Réseaux sociaux, site web, presse, blog, email, vidéos, display, offline. Il est indispensable d'organiser ces canaux de **communication**, internet et sa newsletter…

2- La construction le Tunnel de conversion d’Inbound Marketing en sélectionnant pour chaque phase des moyens de communication pour la paire de lunettes :

Il faut attirer les clients : Publicité médiat, radio, affichage… (Inconnu devient visiteur)

Il faut les convertir : la bonne réception, maximum d’information sur le produit, qualité convaincant... (visiteur devient prospect)

Vendre : image, qualité avec prix (prospect devient acheteur)

Fidélité : bon accueil (acheteur devient promoteur)

Pour les questions 3 et 4,les réponses le tableau.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| MOYEN DE COMMUNICATION | AC TIO N R É A LIS É E | O B J E C TIF S M A R T | K PI |
| E-mail | Relation | La communication avec les clientèles | Création de compte, surplus des stockages (+15 GB) |
| Tel | Relation | La communication avec les clientèles | Crédit |
| Linkedin | Relation | La communication avec les clientèles | Recherche, impression, j’aime, partage sociale, téléchargement |
| Facebook | Relation | La communication avec les clientèles | Vidéos en vu |
| Site | Relation | La communication avec les clientèles | Recherche, impression |
| Twitter | Relation | La communication avec les clientèles | Recherche, impression Visiteur unique |
| Instagram | Relation | La communication avec les clientèles | Recherche, impression, j’aime,Partage sociale |

VII - PARTIE 3 : Article de Blog

MANAGNA SARL

Voici les services qui existent dans MANAGNA SARL

* Transport Besady +
* Cash point (Telma, Orange et Airtel)
* Andafore (livraison)
* Canal +

Site : <https://madagascar-tourisme.com/fr/obt_org/managna-sarl/>

Les règle d’écriture de cette Entreprise est très simple « Arial » en majuscule et coloré en rouge, en utilisant l’image de marque (rouge et blanc).

Pour améliorer la visibilité dans le web de MANAGNA SARL car c’est coloré bleu et fond vert .Je pense que c’est mieux d’ajouter de lettre grenat avec fond blanche.

L’existence de la partie blog s’apparaisse en plusieurs méthode.

Carnet web

Définition : Carnet web est une type de site ou partie d’un site web et utiliser pour la publication périodique régulière d’article personelle.

Le carnet web sert à utiliser pour la publication périodique, C’est une meilleure méthode pour publier le maximum d’information.

Par exemple des formations qui existent dans le transport Besady +:

* Tous les contacts des bureaux provinciales des Besady +(Nosy-Be, Ambanja, Tananarive, Tamatave)
* Frais du transport : Ambanja vers Tananarive vaut Ar 100 000

: Nosy-Be vers Tananarive vaut Ar 150 000

: Nosy-Be vers Tamatave vaut Ar 185 000

* NB : il existe 17 places pour les passagers dans le Bus dont un chauffeur et un autre aide chauffeur enfin 15 passagers, pour une personne a le droit de bagage pour 20 kg. S’il y a une exception, l’excédent paye Ar 2000 / kg. C’est écris en bas de billet. En général, le trajet du Nosy-Be vers Tananarive dure 31 heures.

Pour avoir les avis des clients, il est nécessaire de déposer une livre dans une entreprise et il sert à noter n’importe quel avis des clients, comme la proposition des solutions, renoncement du problème, commentaire et l’idée personnelle.

Pour réaliser l’angle de rapproche, dans le carnet web existe déjà les contacts de l’établissement. Par exemple, numéro de téléphone, adresse E-mail, Page facebook, linkdedin, site, …

* Pour tous les payements de colis ou réservation Besady + Nosy-Be par téléphone, voici les numéros à composer pour effectuer un dépôt M-vola avec frais de retrait.

A propos du colis, Besady + Tana ne réalise pas une livraison chez le propriétaire du colis. Et à chaque fois qu’il y a un arrivé, l'employer de Besady + appelle toujours leur client afin de récupérer leurs affaires.

Voici la valeur de site

Elle doit être à jour à chaque changement fois qu’il y a un changement.

Depuis le « lancement de produit », il est nécessaire d’offrir les objets mercatique.

Exemple :

* un sachet : il sert comme un petit sac pour le client et il porte une image de marque de l’entreprise. Afin de mettre un publicité.
* Porte clé : elle sert à mettre le logo de l’entre pour publier son existence.
* T-shirt : l’offre de vêtement diffuse aussi la popularité.

Promotion

Elle fait partie du marketing aussi.

Accueil

L’image de l’accueil est important sur l’entreprise, il faut bien respecter l’essentiel, C’est que les clients doivent être satisfait.

Voici ce qu’il faut faire pour garder les informations sur les concurrences.

Visiter les sites concurrentielles et il faut être attentif sur leur pubs.

Réaliser une réunion à propos du transport.

Avoir leur contact pour avoir une relation communicatif.

Problème

Il existe trois activités dans le MANAGNA SARL qui ne sont pas encore énoncer dans leurs sites, comme :

* Cash point (Telma, Orange et Airtel)
* Andafore (Livraison)
* Canal +

Solution

Pour mieux attirer les clients, il faut les (ensemble des trois activités qui ne sont pas déclarés) ajouter dans le site : <https://madagascar-tourisme.com/fr/obt_org/managna-sarl>